

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(3)
กิตติกรรมประกาศ	(5)
สารบัญ	(7)
สารบัญตาราง	(9)
สารบัญภาพ	(11)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
สมมติฐานของการวิจัย	2
ขอบเขตของการวิจัย	3
กรอบแนวคิดในการวิจัย	4
นิยามศัพท์เฉพาะ	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
แนวคิดเกี่ยวกับการฝึกอบรม	7
แนวคิดเกี่ยวกับความคิดเห็น	19
แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนามนุษย์	22
แนวคิด และทฤษฎีของหลักการบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า	23
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	33
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	37
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	37
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	37
การเก็บรวบรวมข้อมูล	38

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
การวิเคราะห์ข้อมูล	38
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	39
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	41
ส่วนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	43
ส่วนที่ 2 วิเคราะห์ความคิดเห็นต่อการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทักษะการให้บริการผ่านศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ของพนักงานรับสายโทรศัพท์ จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล	44
ส่วนที่ 3 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนความคิดเห็นต่อการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทักษะการให้บริการผ่านศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ของพนักงานรับสายโทรศัพท์ จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล	62
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	77
สรุปผลการวิจัย	78
อภิปรายผล	81
ข้อเสนอแนะ	84
บรรณานุกรม	85
ภาคผนวก	87
แบบสอบถาม	89
ประวัติผู้วิจัย	93

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
4.1	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล	43
4.2	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคิดเห็นต่อการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทักษะการให้บริการผ่านศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ของพนักงานรับสายโทรศัพท์ จำแนกตามเพศ	44
4.3	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคิดเห็นต่อการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทักษะการให้บริการผ่านศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ของพนักงานรับสายโทรศัพท์ จำแนกตามอายุ	48
4.4	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคิดเห็นต่อการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทักษะการให้บริการผ่านศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ของพนักงานรับสายโทรศัพท์ จำแนกตามระดับการศึกษา	52
4.5	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคิดเห็นต่อการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทักษะการให้บริการผ่านศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ของพนักงานรับสายโทรศัพท์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	57
4.6	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนน ความคิดเห็นต่อการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทักษะการให้บริการผ่านศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ของพนักงานรับสายโทรศัพท์ จำแนกตามเพศ	62
4.7	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนน ความคิดเห็นต่อการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทักษะการให้บริการผ่านศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ของพนักงานรับสายโทรศัพท์ จำแนกตามอายุ	65
4.8	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนน ความคิดเห็นต่อการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทักษะการให้บริการผ่านศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ของพนักงานรับสายโทรศัพท์ จำแนกตามระดับการศึกษา	68
4.9	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนน ความคิดเห็นต่อการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทักษะการให้บริการผ่านศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ของพนักงานรับสายโทรศัพท์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	71

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1.1	กรอบแนวคิดในการวิจัย	4
2.1	รูปแสดงกระบวนการในการฝึกอบรม	14
2.2	รูปแสดงกระบวนการตามกลยุทธ์บริหารความสัมพันธ์ลูกค้า	27
2.3	รูปแสดงวิวัฒนาการที่นำไปสู่การปฏิบัติเปลี่ยนแปลงระบบการตลาดจาก Mass Marketing ไปสู่การตลาดแบบตัวต่อตัว	29
2.4	รูปแสดงการเปลี่ยนแปลงของการจัดการความสัมพันธ์ลูกค้าในสองมิติ	30
2.5	รูปแสดงระดับความสัมพันธ์การตลาดจากการตลาดแบบแลกเปลี่ยน ไปสู่การตลาดแบบสร้างสัมพันธ์	31

มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์